

**PENGARUH PERSEPSI MEREK MEWAH, CITRA MEREK,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT
BELI KONSUMEN ZARA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



Oleh :

TENGKU NOVANSYAH A.

NIM :2009210693

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**PENGARUH PERSEPSI MEREK MEWAH, CITRA MEREK,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT
BELI KONSUMEN ZARA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



Oleh :

Tengku Novansyah A.
NIM :2009210693

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**PENGARUH PERSEPSI MEREK MEWAH, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT
BELI KONSUMEN ZARA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



Oleh :

Tengku Novansyah A.
NIM :2009210693

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**PENGARUH PERSEPSI MEREK MEWAH, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN ZARA
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

TENGKU NOVANSYAH ABDILLAH

2009210693

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 22/2-16


(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M)

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI MEREK MEWAH, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN ZARA DI SURABAYA

Disusun oleh

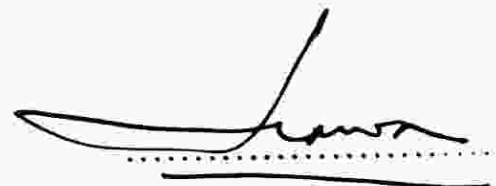
TENGKU NOVANSYAH ABDILLAH

2009210693

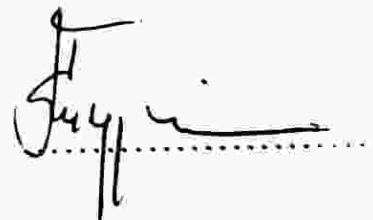
Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 26 Februari 2016

Tim Penguji

Ketua : Drs. Irawan, MM.



Sekretaris : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., MM.



Anggota : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM.



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tengku Novansyah Abdillah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 21 November 1988
N.I.M : 2009210693
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Persepsi Merek Mewah, Citra Merek, Kualitas Produk, Terhadap Niat Beli konsumen ZARA di Surabaya


Disetujui dan diterima baik oleh :

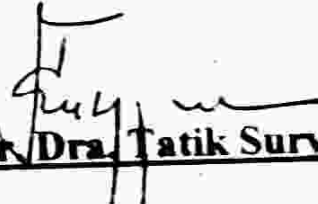
Ketua program Sarjana Akuntansi/ Manajemen

Tanggal : 3/5 - 16

Dosen Pembimbing

Tanggal : 22/4 - 16


(Dr. Muazaroh, S.E, M.T.)


(Prof. Dr. Dra. Tatik Survani, Psi., M.M)

MOTTO

'finish what you've started'

PERSEMBAHAN

PUJI SYUKUR ALHAMDULILLAH KEPADA ALLAH SWT SERTA RASUL DAN NABI-NABINYA KARENA MERESTUI DOA SAYA UNTUK MENYELESAIKAN SKRIPSI SAYA INI

TERIMAKASIH TERUNTUK MAMA DAN PAPA ATAS DOA DOA NYA SUPPORTNYA DAN KAK MERRY, BANG DEDDY THX BGT

UNTUK RIZKA NOVITASARI FAUZI, THX FOR EVERYTHING MY FUTURE!

UNTUK DOSEN PEMBIMBING DAN DOSEN WALI SAYA YANG SABAR DAN TELITI, IBU TATIK SURYANI, PAK BASUKI RACHMAT, PAK IRAWAN, PAK NAJIB, PAK HARRY TERIMAKASIH SEKALI ATAS ILMU YANG BAPAK/IBU BERIKAN

GAWE AREK AREK JUST, ISIS, GUYUB, CKM, RADIO HITS, SUWOOON OI!

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi taufiq dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyusun proposal skripsi ini dengan sedemikian rupa. Penyusunan proposal ini merupakan syarat wajib untuk menyelesaikan tanggung jawab sebagai mahasiswa STIE Perbanas Surabaya.

Penyusun berharap, proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Merek Mewah, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Konsumen ZARA di Surabaya”** ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan bagi kita dan para pembaca. Penyusun menyadari bahwa proposal skripsi ini jauh dari kata sempurna, Tidak lupa pada penulisan skripsi ini, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu Penyusun selama menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini:

1. Dr. Lutfi S.E., M.Fin. selaku Pemimpin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Dr. Muazaroh, SE, M.T. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani MPsi. selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan ilmu yang sangat berharga kepada Penyusun selama menyusun skripsi ini.
4. Orang Tua, keluarga dan sahabat atas dukungan dan ilmu

5. Bapak/Ibu Dosen Konsentrasi Pemasaran seluruhnya yang telah membantu penulisan dalam memahami tentang teori, konsep, hingga praktek mengenai *marketing* selama penulisan belajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya.
6. Semua responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner,
7. Semua pihak yang tidak bias disebutkan satu per-satu yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan sumbangan berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penyusun menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, Februari 2016

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK/RINGKASAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Rumusan masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	18
2.3 Kerangka pemikiran	29
2.4 Hipotesis	30
BAB II METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan penelitian	31
3.2. Batasan penelitian	32
3.3 Identifikasi Variabel	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran variabel	35
3.5 Populasi, Sampel dan tehnik pengambilan sampel	37
3.6 Instrumen Penelitian	39
3.7 Data dan Metode pengumpulan data	42
3.8 Uji validitas dan reabilitas	44
3.9 Uji Asumsi Klasik	45
3.10 Teknik Analisis data	49
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	53
4.2 Analisis Data	56
4.3 Analisis Deskriptif	59
4.4. Analisis Statistik	66
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.6 Pembahasan	78

BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Keterbatasan Penelitian	84
5.3	Saran	84

DAFTAR RUJUKAN



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	Tabel Survey Top Brand Index	3
TABEL 2.1	Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Terhadap Penelitian Sekarang	17
TABEL 3.1	Kisi-Kisi Kuesioner	40
TABEL 3.2	Uji Durbin Watson	48
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
TABEL 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
TABEL 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan..	55
TABEL 4.5	Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	56
TABEL 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	57
TABEL 4.7	Hasil Uji Validitas Sampel Besar	58
TABEL 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	59
TABEL 4.9	<i>Interval Class</i>	60
TABEL 4.10	Hasil Analisis Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Merek Mewah	60
TABEL 4.11	Hasil Analisis Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek ..	62
TABEL 4.12	Hasil Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	63
TABEL 4.13	Hasil Analisis Tanggapan Responden terhadap Niat Beli	65
TABEL 4.14	Hasil Uji Normalitas	67
TABEL 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas	68
TABEL 4.17	Hasil Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda	72
TABEL 4.18	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Dan Determinasi	74
TABEL 4.19	Hasil Perhitungan Uji F	75
TABEL 4.20	Hasil Perhitungan Uji T / Parsial	76

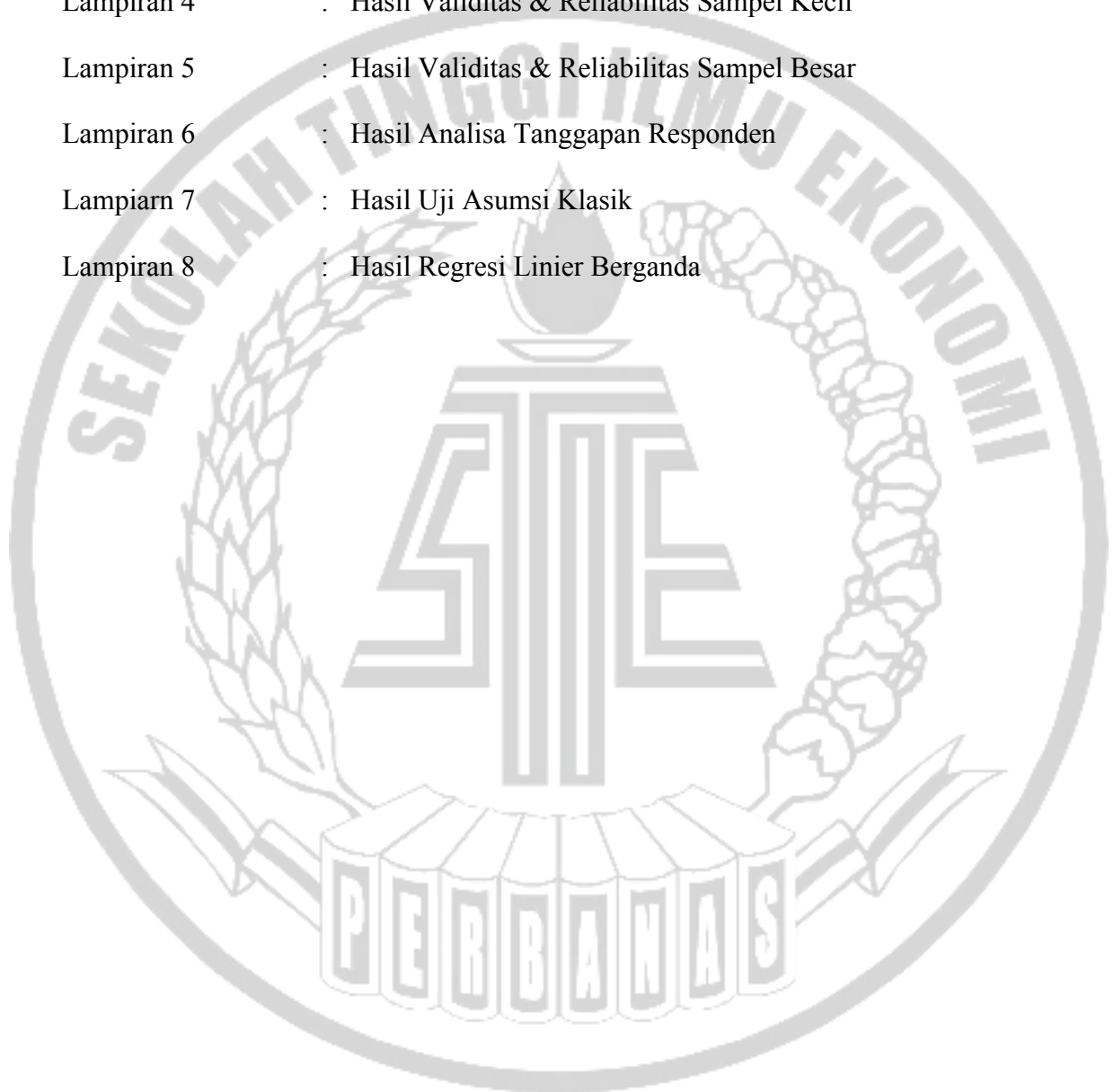
DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	Kerangka Pemikiran Kuang-Peng and Huiling Chen.....	11
GAMBAR 2.2	Kerangka Pemikiran Muhammad Rizwan.....	13
GAMBAR 2.3	Kerangka Pemikiran Muhammad Tariq	15
GAMBAR 2.4	Kerangka Pemikiran Peneliti	30
GAMBAR 4.1	Uji Heteroskedastisitas.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Identitas Sampel Besar
- Lampiran 3 : Analisis Deskriptif Responden
- Lampiran 4 : Hasil Validitas & Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 5 : Hasil Validitas & Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 6 : Hasil Analisa Tanggapan Responden
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Regresi Linier Berganda



THE INFLUENCE OF LUXURY BRAND PERCEPTION, BRAND IMAGE AND
PRODUCT QUALITY TO PURCHASE INTENTION OF CONSUMER ZARA
IN SURABAYA

ABSTRACT

Tengku Novansyah Abdillah

STIE Perbanas Surabaya

Email : tengkunovan@ymail.com

This research entitled the influence of luxury brand perception, brand image and product quality to purchase intention of consumer zara in Surabaya . The purpose of this study is to analyze the Luxury brand perception, brand image and product quality to purchase intention. The study used a sample of 90 respondents of consumers of ZARA in Surabaya by using engineering judgement sampling technique. Data were collected questionnaire. Descriptive analysis using spss 17.0. The results of this study can be concluded that the independent variable (luxury brand perception,brand image and product quality) has a positive significant effect simultaneously and partially on the dependent variable (purchase intention) .

Key word :Luxury Brand Perception, Brand Image, Product quality,
Purchase intention